

УДК 322.2

**ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ
В ПРЕДВЫБОРНЫЙ ПЕРИОД: ОПЫТ ЯРОСЛАВЛЯ**

Фролов А.А.

*кандидат политических наук, доцент
Ярославского государственного
университета имени П. Г. Демидова.
г. Ярославль, Россия
a.a.froloff@gmail.com*

Дементьев А.В.

*студент 2-ого курса магистратуры
факультета социально-политических наук
Ярославского государственного
университета имени П. Г. Демидова.
г. Ярославль, Россия
demen1995@mail.ru*

**POLITICAL COMMUNICATION IN SOCIAL NETWORKS IN THE
ELECTION PERIOD: EXPERIENCE YAROSLAVL**

Frolov A

*Candidate of Political Sciences, Associate Professor
Yaroslavl State
University named after P. G. Demidov.
Yaroslavl, Russia
a.a.froloff@gmail.com*

Dementiev A

*2nd year student
Faculty of Social and Political Sciences
Yaroslavl State
University named after P. G. Demidov.
Yaroslavl, Russia
demen1995@mail.ru*

Аннотация

Практическая значимость исследования заключается в следующем: анализ электорального поведения граждан в online-пространстве в сетях Facebook, «ВКонтакте», Instagram, Twitter поможет кандидатам, участвующим в выборах, тщательнее и более открыто вести диалог со своими избирателями, что даст им дополнительную поддержку в день голосования. Данная модель может быть использована для построения эффективной политической коммуникации. В исследовании применены методы контент-анализа, ивент-анализа. Проведенное исследование показывает, что метод контент-анализа в online-пространстве применим не только к рассмотрению социального действия электорального поведения в фокусе предвыборной кампании кандидатов в президенты РФ и предвыборной кампании депутатов в Ярославскую областную думу. Контент-анализ можно применить в качестве изучения политической повестки дня, формируемой пользователями социальных сетей. Благодаря программе Popsters были выявлены наиболее актуальные сообщества для размещения политической агитации в Ярославле.

Annotation

The practical significance of the research lies in the fact that the analysis of the electoral behavior of citizens in the online space of the Facebook, VKontakte, Instagram and Twitter will help the candidates to speak with their electorate more thorough and more openly. This will give the candidates more support in the Election Day. The described model can be used for building an effective political communication. Our research was conducted using content analysis, event analysis. Our study shows that content analysis method can be applied not only in examination of social influence of electoral behavior in terms of Russian Federation president candidates election campaign or Yaroslavl oblast Duma deputies election campaign. It can be also applied as a tool for studying political agenda formed by social networks users themselves. Thanks to Popsters program

we discovered the most actual communities for placing the political agitation in Yaroslavl.

Ключевые слова: интернет, социальные сети, предвыборные технологии, политические коммуникации.

Keywords: internet; social networks; election technology; political communications.

В отечественной и зарубежной политической мысли сформирован определенный научный потенциал по вопросам использования интернета и социальных сетей в политических технологиях и применения политических коммуникаций в избирательных кампаниях. Существует много субъективных позиций при изучении данных проблем, которые носят более популистский характер, а не научный. Несмотря на это, проблема внедрения и использования социальных сетей в политической коммуникации является важным полем научных изысканий.

Новые идеи, технологии, научные достижения развиваются и распространяются с каждым годом всё стремительнее. В России число интернет-пользователей на конец 2017 года составляет 109 млн. человек, то есть больше 75 % населения [1]. По данным «Фонда Общественное мнение» в 2018 году в России выходили в интернет не реже 1 раза в месяц - 83,8 млн. человек, а ежедневно пользуются интернетом - 74,7 млн. человек [11]. 80% дневной аудитории русскоязычного интернета проявляют активность в социальных сетях. Первое место по популярности социальных сетей занимает Вконтакте, второе место у социальной сети Одноклассники, далее следует Facebook [5, с. 56]. Касательно интернет-коммуникации в политической сфере, то они в большей степени активны в предвыборный период, во время проведения избирательных кампаний.

Социальные сети и виртуальное присутствие было успешно использовано в избирательной кампании Д. Трампа. После избрания новый президент США заявил, что онлайн-сервисы в значительной степени

повлияли на исход предвыборной гонки. Социальная сеть Facebook, сервис микроблогов Twitter, приложение для обмена фотографиями Instagram позволили ему потратить намного меньше денег на избирательную кампанию, чем использование традиционных инструментов и технологий предвыборной борьбы [2].

Несмотря на то, что социальные сети в нашей стране используются достаточно активно, внедрение интернет-технологий в предвыборный период в регионах России остается очень актуальным вопросом. Не смотря на то, что общество и мир переходит в онлайн сферу и то, что двадцать первый век стал – веком информационных технологий, проблема внедрения новых механизмов работы в интернете вызывает у экспертного сообщества нашей страны много разногласий. Возможно, это связано с особенностью сознания людей, их мышления, мировоззрения, объективности, всё это способствует замедлению процесса внедрения новых интернет-технологий в политическую жизнь.

Следует отметить, что медиа пространство современной России подвержено значительному контролю со стороны государственной власти и существование в ней достаточного количества независимых классических средств массовой информации (газеты, телеканалы и т.д.) затруднено. В то же время, сохраняется достаточный уровень свободы в сети интернет [7, с. 61].

Интернет выгодно отличается от классических масс-медиа, его значимость для публичной политики современной России очень велика. Во-первых, интернет предоставляет своим пользователям очень удобную площадку для выражения групповых интересов – преобразования социальных эмоций и ожиданий в конкретные политические цели и требования. Во-вторых, интернет предоставляет возможности для процесса предложения этих требований различными политическими организациями, партиями и движениями. При этом технические возможности сети интернет позволяют выстраивать достаточно прочную связь между различными

группами людей и политическими акторами. К такому рода возможностям можно отнести систему коммуникации в сети.

Коммуникация новых медиа в интернете отходит от классической системы массовой коммуникации, в которой отношения преимущественно строятся в форме монолога СМИ. Новые медиа и интернет во многом опираются на возможность использования обратной связи.

В такой системе коммуникация между властью и электоратом выстроена в форме диалога, и позволяет учитывать интересы множества заинтересованных сторон, четко определять какие цели и требования преследуют участники, а также оперативно их корректировать. Пониманием подобной системы политической коммуникации достаточно длительное время занимался известный немецкий философ Ю. Хабермас, определявший её как арену, на которой размышляющие и общающиеся частные индивиды формируют нормативные ориентации, которые оказывают контролирующее и рационализирующее воздействие на применение государственной власти. Он выдвинул принцип коммуникативной рациональности, которая утверждается за счет взаимопонимания, консенсуса и согласования интересов. Основным субъектом коммуникативной рациональности выступает демократическая общественность и гражданское общество.

Несомненно, интернет как относительно новая и быстро развивающаяся медиа технология носит инновационный характер по сравнению с более традиционными средствами массовой информации, особенно в части установления политической повестки дня. Во многом это связано с тем, что сама природа сетевой информации исключает формирование единой повестки дня, поскольку она формируется и управляется каждым субъектом сетевого контента самостоятельно [6, с. 12-12].

Таким образом, можно отметить, что интернет в современной России становится удобной площадкой, позволяющей корректно проводить артикуляцию и агрегирование интересов различных групп общества,

противостоять монополии в формировании политической повестки дня и осуществлять эффективную коммуникацию в режиме диалога.

В отличие от классических СМИ интернет обладает более широким потенциалом общения, предлагает возможность прямой двусторонней взаимной связи между населением и политиками. Существует прогноз, что со временем интернет радикально трансформирует государство и демократию до такой степени, что результатом будет новая волна демократизации в мировых масштабах [3, с. 15].

Интернет пространство в целом и социальные сети в частности, стали продуктивным средством развития политической силы любого субъекта политики. Эволюция социальных сетей заставляет политиков и государственных деятелей активнее её использовать. Это инновационный политический тренд, социальные сети все чаще используются во время избирательных кампаний.

Сегодня именно социальные сети позволяют гражданам и обществу наиболее эффективно и быстро доносить до власти свои интересы. Не исключено, что в ближайшее время реальная политика почти полностью может переместиться в виртуальное пространство [5, с. 59].

В России подобная практика еще слабо развита. Однако если рассмотреть несколько последних тенденций в работе таких структур как Открытое правительство, портал государственных услуг и Российской общественной инициативы можно увидеть постепенное движение к построению эффективной модели коммуникации между властью и обществом в сети Интернет [4, с. 13]. Принимая во внимание то, что численность пользователей сети интернет в России ежедневно растет, можно предвидеть увеличение количества активных пользователей вышеуказанных порталов. В дальнейшем осознанное вовлечение граждан в интернет-среду должно привести к повышению интернет-грамотности и развитию современной интернет-политики в России.

В рамках исследования был проведен ивент-анализ и контент-анализ самых популярных пабликов, видеозаписей и постов, посвященных выборам в 2018 году в городе Ярославле.

С помощью ивент-анализа мы сравнили информацию в СМИ президентских выборов 2012 и 2018 годов. В 2018 году появляется упоминание таких слов: видеонаблюдение, средства, трансляции, интернет, сети. Можно сделать вывод, что в выступлениях политиков все чаще прослеживается упоминание социальных сетей, особенно в предвыборный период.

Контент-анализ помог найти наиболее актуальные группы в социальной сети «ВКонтакте» для размещения политической рекламы в Ярославской области. Благодаря контент-анализу получена статистика выборов в Ярославскую областную Думу 2018 года. 92% кандидатов, одержавших победу на выборах, зарегистрированы в социальных сетях и все они публиковали агитационную информацию в своих профилях.

Информационно-коммуникационные технологии становятся новым механизмом политической мобилизации и социализации граждан. Через интернет формируется особая медиа-культура, медийная грамотность. Появляются новые формы мышления, например, клиповое мышление (восприятие социальных явлений, через короткие образы и послания: лента новостей, видео-контент и др.) [12, с. 123].

Социальные сети воздействует на сознание граждан, дают возможность решать политические, социальные проблемы «не выходя из дома». Однозначного ответа на вопрос, повысится ли уровень доверия к властям с помощью новых форм коммуникаций в Интернете, нет.

Эффективность предвыборной кампании напрямую зависит от плодотворного сотрудничества акторов созданной сети, а также встраивания эффективной политической интернет-коммуникации между кандидатом и его потенциальным электоратом.

Структурное создание кандидатами политической интернет-коммуникации может развить наиболее полный образ кандидата, при этом становится возможным проводить онлайн-диалог с электоратом, а также организовать доступ избирателей к актуальной предвыборной агитации. К тому же, феномен политических интернет-коммуникаций расширяет границы социологических исследований в период избирательных кампаний [9, с. 82].

Политический дискурс имеет важную особенность – существовать в различных видах и формах политического пространства [8, с. 75]. Другой важной оригинальностью политического дискурса становится его метаморфоза во все сферы деятельности человека.

Коммуникативное пространство цифрового общества коренным образом отличается от предшествующих эпох. «В XXI в. коммуникативные сети становятся своеобразным рабочими инструментом «человека инновационного», сети составляют новую социальную морфологию обществ»[10, с. 35]. Происходит проникновение сетей в повседневность, которая диктует новые модели поведения и формы самоорганизации граждан. Роль сетевых сообществ трансформируется в условиях постоянно расширяющихся и изменяющихся технологических возможностей.

Динамика внедрения социальных сетей в политическую коммуникацию в Ярославской области есть, но говорить о полной замене классических предвыборных технологий пока рано. Скорее всего, сеть интернет полностью войдёт в предвыборную компанию только к выборам 2022-2024 годам. Уже сегодня нужно собирать и накапливать информацию о проделанной работе депутатов, чтобы обеспечить победу им на следующих выборах.

Российское общество ещё не готово к полному замещению традиционных предвыборных технологий интернет-пространством. Но создание электронного правительства и регистрация 50% жителей Ярославской области в программе государственных услуг, говорит нам о популяризации сети интернет. Мы предполагаем, что уже через 5-7 лет

интернет будет играть ключевую роль в распределение политических сил на выборах 2024-2026 годов.

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научно-исследовательского проекта № 17-33-01022 (а2) «Моделирование и индексирование протестной активности в субъектах Российской Федерации».

Список литературы

1. Internet world stats. Top 20 Countries with the Highest Number of Internet [Электронный ресурс]. URL: <http://www.internetworldstats.com/top20.htm> (дата обращения 30.01.2019).
2. Life.ru. Трамп назвал соцсети ключом к своей победе на выборах / Михайлова Е.. [Электронный ресурс]. URL: <https://life.ru/930700> (дата обращения: 10.02.2019).
3. Абдуллаев Р. А., Рыхтих М. И. Феномен «сетей поддержки» и влияние на него развития интернет-технологий. // Коммуникации и общество. 2014. № 6.С.15.
4. Беляков А.А, Соколов А.В. Особенности развития государственного регулирования интернета в России. // Возможности и угрозы цифрового общества. 2018.С. 12-15.
5. Козырева А.А. Почему социальные сети являются инструментом политической власти? // Вестник Кемеровского государственного университета.2015. №2-2(62).С.56-59.
6. Колесников В.Н. Актуальная повестка дня в современной России: факторы формирования. // Управленческое консультирование. 2017. №9. С. 8 – 17.
7. Лушанкин С.С. Роль сети интернет в развитии политической системы современной России. // Возможности и угрозы цифрового общества.2018.С.60-63.
8. Николаева М. В. «Живая» трансформация политического дискурса в online-пространство: основные виды коммуникации политических

субъектов в контексте цифровой эпохи. // Возможности и угрозы цифрового общества. 2018. С. 74-79.

9. Николаева М.В., Романова Ю.А. Избирательная кампания 2018: политические-интернет коммуникации. // Возможности и угрозы цифрового общества. 2018.С. 79-83.

10. Семенов Е.Е. Виртуальная сетевая парадигма политической активности. // Власть. №4. 2013. С. 34-38.

11. Фонд Общественное Мнение. Интернет в России: динамика проникновения. Зима 2017–2018 гг. [Электронный ресурс]. URL: <https://fom.ru/SMP-i-internet/13999> (дата обращения 30.01.2019).

12. Фролов А. А., Миронова С.В. Влияние интернет технологий на повышение уровня политической грамотности. // Возможности и угрозы цифрового общества. 2018.С. 122-125.